

Grupa PMPG Polskie Media skutecznie realizuje przyjętą strategię transformacji cyfrowej wydawnictw

Grupa PMPG Polskie Media odnotowała 50,4 mln zł przychodów ze sprzedaży towarów i produktów w 2018 roku. Zysk netto wyniósł 2,9 mln zł. Z kolei EBITDA osiągnęła poziom 3,3 mln zł. Pozytywny wynik finansowy jest efektem konsekwentnie realizowanej strategii transformacji marek Grupy PMPG („Wprost” i „Do Rzeczy”) z papieru do Internetu oraz wprowadzania do portfolio nowych produktów i usług.

WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG POLSKIE MEDIA	OKRES 12 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 31.12.2018	OKRES 12 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 31.12.2017
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	50 369	51 766
ZYSK BRUTTO ZE SPRZEDAŻY	31 831	32 520
EBIT	2 921	6 512
EBITDA	3 292	7 243
ZYSK BRUTTO	3 410	-4 357
ZYSK NETTO	2 906	-5 335

Tab.1. Wybrane dane finansowe. Źródło: Grupa Kapitałowa PMPG Polskie Media. Sprawozdanie finansowe za 2018 r.

Przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media za cztery kwartały 2018 r. wyniosły 50,4 mln zł. Skonsolidowane gotówkowe przychody ze sprzedaży były niższe od wypracowanych w 2017 r. o 1,7 mln zł i wyniosły 46 mln zł. Spadek przychodów gotówkowych względem poprzedniego roku wynikał przede wszystkim z mniejszych przychodów ze sprzedaży egzemplarzowej czasopism oraz powierzchni reklamowej. Nieznaczny wzrost przychodów odnotowany był w transakcjach barterowych.

Skonsolidowany zysk netto za cały 2018 r. wyniósł 2,9 mln zł i był wyższy o 8,2 mln zł w stosunku do wyniku osiągniętego w roku ubiegłym. Wynik finansowy osiągnięty w 2018 r. pomniejszają dokonane pod koniec roku 2018 przez Agencję Wydawniczo-Reklamową „Wprost” Sp. z o.o. oraz Orle Pióro Sp. z o.o. odpisy aktualizujące wartość należności w stosunku do Ruch S.A. na łączną kwotę 2,7 mln zł.

„Pomimo zawirowań na rynku wydawniczym związanych z restrukturyzacją spółki Ruch S.A., które odbiły się na naszych wynikach finansowych, pozytywnie oceniam wyniki wypracowane w całym roku 2018. To głównie dzięki mądrej i skutecznej realizacji strategii transformacji naszych mediów z papieru do Internetu oraz ciężkiej pracy przy innych projektach m.in. działalności eventowej” – skomentował Michał M. Lisiecki, prezes zarządu PMPG Polskie Media.

W całym roku 2018 serwisy internetowe Grupy odnotowały rekordowe wzrosty liczby użytkowników i pozostałych danych zasięgowych. Liczba użytkowników serwisu Wprost.pl wzrosła o ponad 30%, a liczba odsłon niemalże trzykrotnie. Z kolei liczba użytkowników serwisu DoRzeczy.pl wzrosła prawie dwukrotnie, podobnie jak liczba odsłon. Dalszy rozwój segmentu internetowego jest priorytetem działań PMPG.

W minionym roku PMPG Polskie Media S.A. rozwijała dynamicznie także działalność eventową. *„Z sukcesem zorganizowaliśmy Polsko-Amerykański Szczyt Przywództwa (Polish-American Leadership Summit #PALS), który odbył*

się w pierwszym tygodniu lutego 2018 roku w Miami w USA – dodaje Lisiecki. Konferencja została objęta patronatem prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej i cieszyła się dużym zainteresowaniem środowisk politycznych i biznesowych. Dzięki organizowanym wydarzeniom PMPG Polskie Media wymiennie poszerzyła źródła przychodów, jak również rozbudowała w Grupie nowe kompetencje i relacje biznesowe. Ponadto, w 2018 roku spółka rozpoczęła przygotowania do kolejnej produkcji filmowej, a mianowicie produkcji filmu historycznego opowiadającego o życiu Ignacego Jana Paderewskiego. PMPG zaangażowało się również w projekt związany z produkcją gier na platformy komputerowe.

Spółka zapowiada, że w roku 2019 skupi się na realizacji strategii transformacji cyfrowej wydawnictw. *„Rozwój serwisów internetowych, poszerzenie oferty reklamowej w Internecie, zbudowanie silnej pozycji wśród serwisów konkurencyjnych to główne cele, które sobie stawiamy* – podsumowuje Lisiecki.

PMPG Polskie Media to spółka holdingowa działająca na rynku mediów tradycyjnych i nowych mediów. Do Grupy należą m.in.: Agencja Wydawniczo-Reklamowa Wprost, wydawca tygodnika „Wprost” oraz spółka Orle Pióro, wydawca tygodnika „Do Rzeczy” oraz magazynu „Historia Do Rzeczy”. Bieżące informacje o działalności Grupy Kapitałowej PMPG można znaleźć na stronie internetowej firmy (www.pmpg.pl), a także na jej profilach w serwisach społecznościowych Facebook (<http://www.facebook.com/PMPG.SA>) oraz Twitter (https://twitter.com/PMPG_PL).

Media Grupy #PolskieMedia notują ok. 3,5 tys. bezpośrednich uczestników wydarzeń organizowanych pod marką „Wprost” lub „Do Rzeczy”, ok. 126 tys. czytelników drukowanych i cyfrowych wydań tygodników „Wprost” i „Do Rzeczy”, ok. 315 tys. fanów na Facebooku, ok. 460 tys. obserwujących na Twitterze, ok. 4,6 mln użytkowników serwisów internetowych Wprost.pl, DoRzeczy.pl, SuperHistoria.pl, Film.com.pl oraz 40 mln odsłon serwisów internetowych miesięcznie.